

Prethodno priopćenje

DIGITALIZACIJA TRŽIŠTA EUROPSKE UNIJE: POTENCIJAL I MOGUĆNOSTI KOJE DONOSI

Danijel Knežević, mag. oec.,
Visoka škola za ekonomiju, poduzetništvo i upravljanje Nikola Šubić Zrinski
Selska cesta 119, Zagreb, Hrvatska
E-mail: danijel.knezevic@zrinski.org

Ivana Glavurdić, mag. oec.,
Visoka škola za ekonomiju, poduzetništvo i upravljanje Nikola Šubić Zrinski
Selska cesta 119, Zagreb, Hrvatska
E-mail: ivana.glavurdic@zrinski.org

SAŽETAK

Jedinstveno digitalno tržište javlja se kao odgovor država i institucija Europske unije na suvremene trendove koji se, prije svega, odnose na digitalizaciju gotovo svih aspekata ljudskog života, a posebno na digitalizaciju u poslovnom okruženju. Podaci o robnoj razmjeni putem interneta u Republici Hrvatskoj i u Europskoj uniji, kao i podaci o nacionalnoj i prekograničnoj online kupnji u Europskoj uniji, pokazuju da postoji prostor i potreba za uvođenjem jedinstvenoga digitalnog tržišta. Prednosti i mogućnosti koje jedinstveno digitalno tržište nudi značajne su i zbog toga je cilj rada ukazati na potencijal i mogućnosti koje proizlaze iz projekta jedinstvenoga digitalnog tržišta stanovnicima Europske unije, a koje je Republika Hrvatska članica. Značajne prednosti za građane odnose se na neometano korištenje internetskog sadržaja diljem Europske unije bez plaćanja dodatnih naknada, dok se posebne mogućnosti, u vidu povećanja opsega poslovanja i postizanja ušteda, javljaju poduzećima i svima zainteresiranim za prekogranično digitalno poslovanje.

Ključne riječi: jedinstveno digitalno tržište; Europska unija; digitalizacija

1. UVOD

Suvremeno poslovno i informatičko okruženje obilježeno je značajnim utjecajem interneta i digitalizacije poslovanja u svim segmentima, a sa sobom nosi brojne prednosti, probleme i ograničenja, zbog čega predstavlja izazov za sve sudionike na tržištu, kako za kupce, tako i za prodavače.

Kako bi se Europska unija prilagodila suvremenim uvjetima poslovanja i suočila s izazovima koje oni donose, pokrenula je projekt jedinstvenoga digitalnog tržišta koji je nastao kao dogovor pregovarača Europskog parlamenta, država članica Europske unije i Europske komisije (Radio Mrežnica, 2017).

Kod planiranja odmora, kupnje, učenja, gledanja filmova ili natječaja u javnoj nabavi, velika je vjerojatnost da ćete se koristiti internetom i nekima od mogućnosti koje nudi jer se sve od navedenog u sve većem obujmu odvija internetom i digitalno. Europska je unija u pogledu prepreka koje se pronalaze u neometanom korištenju internetskog sadržaja mnogo toga poduzela, ali se korisnici na području Europske unije i dalje susreću s ograničenjima, zbog čega se događa da ne mogu iskoristiti puni potencijal interneta, kao što ne mogu uživati u mogućnostima koje im internet nudi. Ta su ograničenja posebno značajna za poduzeća koja bi htjela u većoj mjeri poslovati internetom i koja bi htjela u što većoj mjeri iskoristiti potencijal i mogućnosti interneta (Europska komisija, 2017) jer prema podacima s internetske stranice Europskog vijeća i Vijeća Europske unije (n. d.), samo 7% malih i srednjih poduzeća koristi ostvaruje internetsku prodaju u drugoj zemlji članici Europske unije.

Upravo iz navedenoga proizlazi važnost jedinstvenoga digitalnog tržišta, korisnicima i poduzećima bi osiguralo veću dostupnost i razmjenu proizvoda i usluga, a i povećalo njihovo zadovoljstvo i iskorištenost mogućnosti koje internetsko okruženje nosi sa sobom (Europska komisija, 2017).

Cilj rada je ukazati na potencijal koji jedinstveno digitalno tržište ima, ali i upoznati kupce i prodavače s prednostima i mogućnostima koje se stvaraju pokretanjem jedinstvenoga digitalnog tržišta.

U radu se daje pregled robne razmjene internetom u Republici Hrvatskoj i u Europskoj uniji, kao i nacionalne i prekogranične kupnje *online* kupaca u Europskoj uniji. Zatim se navode ciljevi i prednosti koje jedinstveno digitalno tržište nudi, temelj jedinstvenoga digitalnog tržišta i mogućnosti koje jedinstveno digitalno tržište nudi. U zaključku se rezimira i stavlja naglasak na ključne dijelove rada.

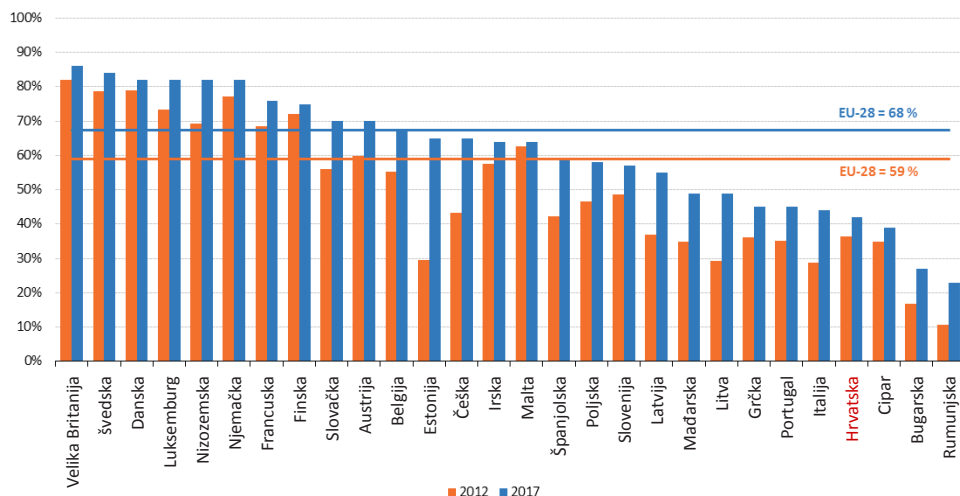
2. ROBNA RAZMJENA I KUPNJA PUTEM INTERNETA U REPUBLICI HRVATSKOJ I EUROPSKOJ UNIJI KAO POTENCIJAL JEDINSTVENOGA DIGITALNOG TRŽIŠTA

Potencijal jedinstvenoga digitalnog tržišta vidljiv je iz nekoliko podataka i pokazatelja. Primjerice, u grafikonu 1. u nastavku prikazani su internetski korisnici koji su kupili ili naručili robu ili usluge za osobnu upotrebu u posljednjih 12 mjeseci. Iz navedenog grafikona vidljivo je da se robna razmjena putem interneta povećava u promatranom

razdoblju. Samo za usporedbu, 2012. godine 59% korisnika interneta u Europskoj uniji barem je jednom obavilo *online* kupnju, dok je taj broj u 2017. godini iznosio čak 68%. Također, grafikon ukazuje na to da hrvatsko tržište značajno zaostaje za prosjekom Europske unije te je 2017. godine zabilježeno tek nešto više od 40% internetskih korisnika koji su *online* kupnju napravili u posljednjih 12 mjeseci.

Potencijal hrvatskog tržišta iskazao je i Ekonomski institut koji procjenjuje da bi BDP po glavi stanovnika u Hrvatskoj narastao za 11% ukoliko bi se ubrzala digitalizacija tržišta (Vizek, 2018).

Grafikon 1. Internetski korisnici koji su kupili ili naručili robu ili usluge za osobnu upotrebu u posljednjih 12 mjeseci, 2012. i 2017. godina (u % od ukupnih internetskih korisnika)

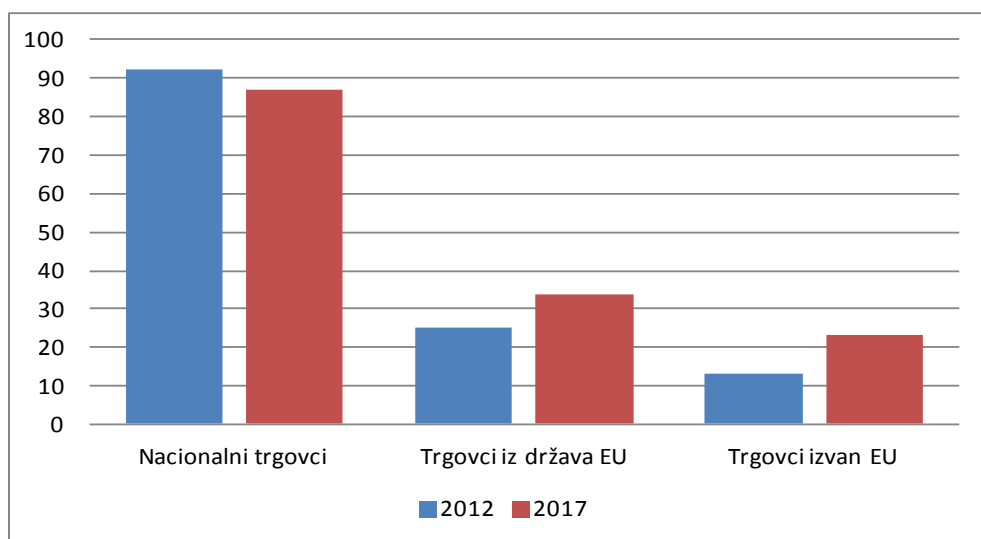


Izvor: Eurostat (2017)

Još jedan pokazatelj koji ide u korist pokrenutog projekta jedinstvenoga digitalnog tržišta omjer je nacionalnih i prekograničnih *online* kupnji, posebno u okviru EU tržišta. Iz Eurostatovih podataka (2017) vidljiva je značajna disproporcija *online* kupnji pojedinaca s obzirom na zemlju iz koje naručuju robu ili uslugu. Tako je 2017. godine čak 87% *online* kupnji ostvareno s nacionalnim prodavačima, a samo 33% *online* kupaca ostvareno je na tržištu Europske unije. Razina povjerenja i kvaliteta funkcioniranja tržišta zabilježila je porast pa je udio *online* kupaca 2017. godine koji su u posljednjih 12 mjeseci kupili robu ili uslugu na tržištu Europske unije skočio za 8% u odnosu na 2012. godinu, ali kada se stavi u kontekst globalnog tržišta, koje je zabilježilo rast od 10%, vidljivo je kako su potrebne dodatne aktivnosti kojima bi se olakšala razmjena informacija, roba i usluga što je krajnji cilj projekta uspostave jedinstvenoga digitalnog tržišta na području Europske unije.

Ako promatramo samo hrvatsko tržište, situacija je nešto drukčija. Istraživanje MasterIndex Hrvatska 2017. pokazuje kako Hrvati preferiraju *online* kupnje u inozemnim trgovinama. U usporedbi s 14% *online* kupaca koji češće kupuju na domaćem tržištu, njih 47% preferira svoju *online* kupnju obaviti u inozemstvu. Isto istraživanje pokazalo je da su inozemne e-trgovine popularnije zbog velikih popusta, ali zasigurno je veličina našeg tržišta jedan od glavnih ograničavajućih faktora (Kolić, 2017). Ovaj podatak posebno je zabrinjavajući i predstavlja izazov za domaće poduzetnike, ali i zakonodavstvo ako uzmemo u obzir podatak još iz 2015. godine prema kojem čak 25% malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj prodaju robu i usluge putem interneta, što je značajno više od europskog prosjeka. Zasigurno će biti zanimljivo promatrati kakve će promjene jedinstveno digitalno tržište donijeti hrvatskim poduzećima (Poslovni dnevnik, 2015)

Grafikon 2. Nacionalne i prekogranične kupnje *online* kupaca, EU – 28, 2012. i 2017. godine (% pojedinaca koji su kupili ili naručili robu ili usluge preko interneta za privatnu upotrebu u posljednjih 12 mjeseci)



Izvor: Eurostat (2017)

Na internetskoj stranici Europskog vijeća i Vijeća Europske unije (n.d.) navodi se kako je jedinstveno digitalno tržište projekt koji se provodi s namjerom stvaranja slobodnog i sigurnog jedinstvenoga digitalnog tržišta koje će omogućiti poduzećima prekograničnu kupnju i prodaju na internetu neovisno o tomu iz koje države članice dolaze. Također, Europsko vijeće navodi kako je namjera jedinstvenoga digitalnog tržišta proširenje digitalnog gospodarstva Europske unije

što bi posljedično dovelo do boljeg omjera cijene i kvalitete za potrošača, dok bi poduzećima omogućilo rast.

Europski parlament, pak, smatra jedinstveno digitalno tržište projektom koji nudi značajnu mogućnost napretka za cjelokupnu Europsku uniju, a potencijalna dobit koja bi mogla nastati njegovim ostvarenjem doseže iznos od 415 milijardi eura. Prema Europskom parlamentu, ono otvara nove prilike i perspektive gospodarstvu pomoću e-trgovine što će poduzećima olakšati upravnu i financijsku sukladnost, kao i bolji položaj korisnika (Mariusz., Dancourt, Dimova, Grondin, 2017).

3. CILJ I PREDNOSTI KOJE NUDI JEDINSTVENO DIGITALNO TRŽIŠTE

Cilj je jedinstvenoga digitalnog tržišta otklanjanje državnih i regulatornih prepreka za transakcije koje se obavljaju preko interneta, a temelji se na ideji uklanjanja trgovinskih prepreka među državama članicama Europske unije u svrhu povećanja njihovog blagostanja što u konačnici dovodi do razvoja jedinstvenoga unutarnjeg tržišta Europske unije (Europski parlament, 2017).

Prednosti koje jedinstveno digitalno tržište donosi su brojne (Europski parlament, 2017):

1. Otvara mogućnost poboljšanja pristupa informacijama, smanjenja troškova transakcija, dematerijalizacije potrošnje, smanjenja ekološkog otiska, kao i poboljšanje poslovnih i administrativnih modela.
2. Povećanje e-trgovine i prekogranične trgovine može dovesti do novih proizvoda koji se brzo razvijaju, smanjenja cijene proizvoda, povećanja izbora i kvalitete proizvoda i usluga.
3. Širom upotrebom e-uprave građanima i poduzećima olakšat će se ispunjavanje zahtjeva i obveza na internetu, kao i pristup radnim mjestima i poslovnim prilikama.
4. Ukupnom BDP-u 28 država članica Europske unije moglo bi pridonijeti s oko 415 milijardi eura.
5. Određena politička područja mogla bi omogućiti oko 80% svojih organizacija da smanje troškove za 10% do 20%, zatim bolji mobilni rad, veću produktivnost i standardizaciju poslovanja, kao i nove poslovne mogućnosti i pristup novim tržištima.
6. Posebnu korist nudi osjetljivim skupinama (npr. starijim osobama, osobama sa smanjenom pokretljivošću, izoliranom stanovništvu ruralnih područja, osobama slabe kupovne moći).

4. TEMELJ JEDINSTVENOGA DIGITALNOG TRŽIŠTA EUROPSKE UNIJE

Jedinstveno digitalno tržište temelji se na brojnim mjerama koje je potrebno provesti, a mogu se podijeliti u sljedeća tri stupa (Europska komisija, 2015):

1. Stup se odnosi na olakšan pristup proizvodima i uslugama na internetu. U okviru njega potrebno je provesti sljedeće reforme:
 - Reformu pravila o prekograničnoj internetskoj prodaji čija je namjera usklađivanje pravila i prava o kupnji digitalnih sadržaja (npr. aplikacija) i o prekograničnoj internetskoj prodaji fizičke robe.
 - Poboljšanje prekogranične dostave paketa čija je namjera povećanje transparentnosti cijena, kao i regulacije i nadzora tržišta prekogranične dostave paketa.
 - Ukidanje „geografskog blokiranja” čemu je cilj ukinuti zabranu pristupa internetskim stranicama u drugim zemljama Europske unije ili zaračunavanje različitih cijena u različitim državama.
 - Reformu europskog zakona o autorskim pravima čemu je cilj osigurati prekogranično korištenje različitih internetskih usluga i sadržaja s ciljem da se prodavateljima fizičke robe omogući jedinstvena elektronička registracija i plaćanje i olakša poslovanje novim poduzećima u Internet prodaji.
2. Stup se odnosi na bolje uvjete za rast i razvoj digitalnih mreža i usluga. U tom je okviru potrebno provesti sljedeće reforme:
 - Reformu telekomunikacijskih pravila Europske unije čija je namjera pojednostaviti koordinaciju i upravljanje radiofrekvencijskim spektrom, poticanje ulaganja u brze širokopojasne mreže, kao i poboljšanje regulatornog institucionalnog okvira.
 - Reviziju pravila o audiovizualnim medijima čemu je cilj revidirati direktivu o audiovizualnim medijskim uslugama.
 - Procijeniti ulogu internetskih platformi s ciljem povećanja transparentnosti, iskorištavanja prikupljenih podataka, kao i preispitivanja odnosa između platformi i dobavljača.
 - Povećati povjerenje u sigurnost i namjeru postupanja s osobnim podacima u okviru digitalnih usluga što uključuje moguće preispitivanje direktive o e-privatnosti, reformu zaštite podataka i poboljšanje kibernetičke sigurnosti diljem Europske unije.
3. Stup se odnosi na podršku rastu europskoga digitalnog gospodarstva. U okviru njega potrebno je provesti sljedeće reforme:

- Izgradnju gospodarstva temeljenog na podacima čemu je cilj ukidanje zapreka koje priječe slobodno kretanje podataka diljem Europske unije, a ne krše ničija prava.
- Utvrđivanje prioriteta jedinstvenoga digitalnog tržišta što znači da će fokus biti na područjima koja se smatraju ključnima za jedinstveno digitalno tržište (npr. e-zdravstvo).
- Izgradnju pristupačnoga jedinstvenog digitalnog tržišta čemu je cilj jačanje osobnih digitalnih vještina koje će Komisija uključiti u buduće inicijative o vještinama i osposobljavanju.

4. KONKRETNE MOGUĆNOSTI KOJE NUDI JEDINSTVENO DIGITALNO TRŽIŠTE

Jedinstveno digitalno tržište otvara brojne mogućnosti za korisnike internetskog sadržaja u zemljama Europske unije. Tako će tijekom putovanja kroz područje Europske unije uslugama internetskog sadržaja moći pristupiti jednako kao u svojoj državi (Radio Mrežnica). To se posebno odnosi na internetsku pretplatu na filmski sadržaj, sportska događanja, elektronička izdanja knjiga, videoigre i glazbu jednako kao doma (Europska komisija, 2017). Primjerice, ako je francuski korisnik pretplaćen na mogućnost gledanja filmova i serija Canala+, iste te sadržaje moći će gledati u bilo kojoj državi članici Europske unije bez dodatne naknade. To će funkcionirati tako da pružatelji usluga internetskog sadržaja (npr. Netflix) provjeravaju korisnika pomoću podataka o plaćanju, ugovora o pružanju internetskih usluga ili IP adrese (Radio Mrežnica, 2017).

Pri tome je Europska komisija uzela u obzir navike potrošača i prilagodila zakone istima. Prema njihovim podacima, 2016. je 64% Europljana koristilo igre, slike, filmove ili glazbu, a također je svaki treći Europljanin izrazio želju za mogućnošću prekograničnog prenošenja kupljenog sadržaja (Europska komisija, 2017).

5. ZAKLJUČAK

U projekt jedinstvenoga digitalnog tržišta uključeni su Europski parlament, Europska komisija i države članice Europske unije, što govori o značaju koji on ima na razini Europske unije. U radu su prikazani potencijali jedinstvenoga digitalnog tržišta, a koji su prema prikazanim podacima značajni. Isto tako, prikazani su temelj, cilj i prednosti koje jedinstveno digitalno tržište donosi sa sobom, a koje se dotiču gotovo svakog stanovnika Europske unije, kao i svaki gospodarski subjekt koji ima namjeru baviti se prekograničnom digitalnom aktivnosti. Nadalje, konkretne koristi od jedinstvenoga digitalnog tržišta značajne su za sve korisnike, potencijalno nude priliku za uštede u prekograničnom poslovanju, kao i značajan doprinos gospodarstvu Europske unije. Ipak, potrebno je sačekati da se projekt u potpunosti implementira na razini Europske unije kako bi se mogli ocijeniti njegovi učinci.

EUROPEAN UNION MARKET DIGITALISATION: POTENTIALS AND OPPORTUNITIES IT BRINGS

Danijel Knežević, MA in Economics

University College of Economics, Entrepreneurship and Management Nikola Šubić
Zrinski

Selska cesta 119, Zagreb, Hrvatska

E-mail: danijel.knezevic@zrinski.org

Ivana Glavurdić, MA in Economics

University College of Economics, Entrepreneurship and Management Nikola Šubić
Zrinski

Selska cesta 119, Zagreb, Hrvatska

E-mail: ivana.glavurdic@zrinski.org

ABSTRACT

The European Single Market is the answer of states and institutions of the European Union to modern trends, concerning the digitization of human life in general and the digitization of business environment in particular. The advantages and opportunities offered by the European Single Market are significant, and therefore the aim of the paper is to point out the potentials and opportunities arising from the Single Market project in European Union, including Croatia. Specific opportunities are offered to businesses and anyone else interested in participating in cross-border digital market.

Key words: *European Single Market; European Union; digitalisation*

LITERATURA

1. Europska komisija. (2015.). Jedinstveno digitalno tržište za Europu: Komisija predstavlja 16 inicijativa za njegovo uspostavljanje. *Priopćenje za medije*. Preuzeto s http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4919_hr.htm (15.02.2018.)
2. Europska komisija. (2017.). Jedinstveno digitalno tržište. *Publikacija*. Preuzeto s <http://publications.europa.eu/webpub/com/factsheets/digital/hr/> (15.02.2018.)
3. Europsko vijeće, Vijeće Europske unije. (n. d.). Preuzeto s <http://www.consilium.europa.eu/hr/policies/digital-single-market/> (15.02.2018.)
4. Eurostat. (2017.). Statistics Explained. *Europska komisija*. Preuzeto s http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/E-commerce_statistics_for_individuals (15.02.2018.)
5. Kolić, J. (2017., 5. srpnja). 85% Hrvata kupuje online, a beskontaktno plaća 59% korisnika kartica. *Netokracija*. Preuzeto s <http://www.netokracija.com/masterindex-hrvatska-2017-istrazivanje-138428> (15.02.2018.)
6. Mariusz, M., Dancourt, L., Dimova, M., Grondin, C. (2017., studeni). Sveprisutno jedinstveno digitalno tržište. *Europski parlament*. Preuzeto s http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/hr/displayFtu.html?ftuId=FTU_2.1.7.html (15.02.2018.)
7. Poslovni dnevnik. (2015., 13. ožujka). Male tvrtke brže od kupaca prihvatile internet, četvrtina ih prodaje online. *Poslovni dnevnik*. Preuzeto s <http://www.poslovni.hr/tehnologija/male-tvrtke-brze-od-kupaca-prihvatile-internet-cetvrtina-ih-prodaje-online-291946> (15.02.2018.)
8. Radio Mrežnica. (2017., 9. veljače). Jedinstveno digitalno tržište. Radio Mrežnica. Preuzeto s <http://radio-mreznica.hr/jedinstveno-digitalno-trziste/> (15.02.2018.)
9. Vizek, M. (2018., 1. veljače). DIGITALNA (R)EVOLUCIJA Ravnateljica Ekonomskog instituta piše za Globus: Evo kako BDP po glavi stanovnika Hrvatske može narasti za 11 posto!. *Jutarnji*. Preuzeto s <https://www.jutarnji.hr/vijesti/digitalna-revolucija-ravnateljica-ekonomskog-instituta-pise-za-globus-evo-ka-ko-bdp-po-glavi-stanovnika-hrvatske-moze-narasti-za-11-posto/6992403/> (15.02.2018.)-